

AUSZEICHNUNG**Zwei Arbeitgeber-Awards für Canon**

WIEN. Im Rahmen der 4 All Stars Night 2024 von Great Place to Work wurde Canon Austria mit dem 9. Platz in der Kategorie Large (250 bis 499 Mitarbeitende) als „Best Workplace Austria 2024“ ausgezeichnet. Zusätzlich kürte das Magazin *trend* den Tech-Konzern zum „Top Arbeitgeber Österreichs“ mit dem 8. Platz in der Branche Elektronik.



© Bernhard Schramm

TGA DES BFI WIEN**112 neue Werkmeister**

WIEN. Acht neue Werkmeisterinnen und Werkmeister im Bauwesen, 67 in der Elektrotechnik, zwölf in der Kraftfahrzeugtechnik und 25 im Maschinenbau – das ist die Bilanz des abgelaufenen Schuljahrs an der TGA des BFI Wien. In Summe können nun 112 Personen die nächsten Karriereschritte mit einem staatsgültigen Zeugnis in der Tasche in Angriff nehmen – sie sind u.a. zur selbstständigen Ausübung von Handwerken oder Gewerben, zur Ausbildung von Lehrlingen und zum Besuch einer Pädagogischen Hochschule berechtigt.

**Spinnwerk**

Markus Nutz ist Geschäftsführer und Eigentümer der Digital-Lead-Agentur Spinnwerk und Lehrgangsleiter des Diplom-Lehrgangs „Social Media Management“ an der Werbe Akademie des Wfi Wien.

Begleitung auf der Candidate Journey

Social Recruiting darf nicht als einmalige Aktion, sondern als kontinuierlicher Prozess verstanden werden.

Gastkommentar

•• Von Markus Nutz

WIEN. Laut karriere.at ist fast die Hälfte der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aktuell aktiv auf der Suche nach neuen Herausforderungen oder bei einem guten Angebot wechselbereit. Das ist eine enorme Chance für Unternehmen, die es verstehen, diese Zielgruppe richtig anzusprechen. Im heutigen „War for Talent“ wählen *Arbeitnehmer* ihre Arbeitgeber aus, nicht umgekehrt. Unternehmen müssen die gesamte Candidate Journey – von Aufmerksamkeit und Interesse, über das Bewerbungsverfahren bis zur Zeit als Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter – begleiten und das auch in den Sozialen Medien.

Aufmerksamkeit gelingt etwa mit Werbeanzeigen, zugeschnitten auf die jeweiligen Berufsgruppen, oder mit einem spannenden Video auf TikTok oder

Instagram. Corporate Influencer („echte“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter) führen, mit der Kamera begleitet, durch ihren Alltag, zeigen ihr Tätigkeitsfeld und vermitteln ihre Motivation. Diversität bei den gezeigten Mitarbeitenden sichert Identifikationsmöglichkeiten. Gesichter nach außen und persönliche Noten sind auch essenziell für den Aufbau der Community. Diese hilft nicht nur dem Verkauf des eigenen Produkts, sondern Fans werden leicht zu engagierten Mitarbeitern. Interaktion ist der Schlüssel zum Erfolg und Community Management nicht nur etwas für Krisenfälle.

Maßgeschneidert

Über diese erste Aufmerksamkeit kommen die potenziellen Bewerberinnen und Bewerber auf den Unternehmens-Account und finden dort Posts über das Umweltengagement, das Teamevent u.v.m. Vom Account werden

die Interessierten auf die maßgeschneiderte Karriereseite geleitet, auf der sie nicht nur die aktuellen Stellenangebote finden, sondern auch sämtliche wichtige Informationen sowie eine Einladung zu einem Q&A-Webinar, bei dem Fragen an die Recruiter und Teams gestellt werden können.

Nach der abgeschickten Bewerbung ist die Candidate Journey aber noch nicht vorbei. Der Bewerbungsprozess wird via Direct Messaging begleitet und der Neuling nach Einstellung auf Social Media vorgestellt. Vielleicht möchte dieser in einem Post gleich über die ersten Tage berichten? Und auch die bestehenden Mitarbeitenden lesen im Netz mit und bilden sich ihre Meinung. Das macht nicht zuletzt deutlich, dass Social Recruiting nicht als einmalige Aktion, sondern als kontinuierlicher Prozess verstanden werden muss.